

## Strategi Jurnalistik Harian *OKU Ekspres* dalam Menanamkan Kepercayaan Kepada Pembaca Terhadap Kualitas Berita

Oleh: Yunizir Djakfar<sup>1</sup>

### Abstract

*Since reformation, press development (especially printed media) in Indonesia move forward. Newspaper, tabloid and magazine spread out like mushroom in rain. The presence of printed media based on journalistic activity still get special place in modern society dynamics that moves dynamic in accordance with the changes of social, politics, economy, technology and information progress. Journalistic is the pulse of printed mass media as one of mass communication media which can reach wide audience. Besides that, journalistic effectiveness is identical with strategy in building trust from printed media institution to newspaper audience.*

**Key word;** *Journalistic, strategy, newspaper, mass media, audience*

### Pendahuluan

Jurnalistik dalam pandangan Kustadi Suhandang (2004:21), adalah seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita atau informasi tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya.

Saat ini informasi adalah salah satu hal yang paling banyak dibutuhkan oleh masyarakat. Karena dengan adanya informasi, masyarakat bisa mengetahui kejadian atau peristiwa apa saja yang terjadi. Karenanya dalam konteks memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi aktual dan terpercaya, kehadiran institusi atau perusahaan penerbitan surat kabar yang memiliki kredibilitas menjadi sebuah jawaban sekaligus tantangan yang harus dijawab para pengelola surat kabar, sebagai salah satu media cetak tertua di dunia.

Pesatnya perkembangan aktivitas jurnalistik sebagai kegiatan mengumpulkan berita dan menginformasikannya kepada khalayak, dimanfaatkan oleh para pengelola surat kabar untuk meningkatkan kualitas dan memenangkan kompetisi menjadi surat kabar terpercaya yang menjadi pilihan sekaligus rujukan bagi khalayak. Oleh karena kondisi persaingan di dunia persuratkabaran semakin kompetitif untuk meraih kepercayaan dari pembacanya utamanya dalam menjaga kualitas beritanya, sebuah surat kabar harian memerlukan strategi yang dirancang secara khusus dan berkelanjutan.

Surat kabar Harian (SKH) *OKU Ekspres*, sebagai salah satu surat kabar kepercayaan masyarakat Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) dan sekitarnya, hingga kini mampu tetap eksis dan bersaing dengan surat kabar lainnya, tentunya harus memiliki strategi-strategi khusus dalam menarik minat pembaca dan menanamkan kepercayaan pembacanya melalui kualitas berita yang disajikan. Sebagai surat kabar harian lokal pertama di OKU dan sekitarnya, *OKU Ekspres* diharapkan mampu menunjukkan tingkat kematangan dan melahirkan produk informasi yang jujur, jernih, bermutu, berkualitas dan terdepan. Selain itu, *OKU Ekspres* dituntut menjadi tumpuan pemuas informasi sekaligus menjadi agen perubahan. Sebab, pembaca memerlukan media yang mampu menganalisis peristiwa dengan mengedepankan prediksi dan memetakan persoalan secara cermat. Oleh karena

---

<sup>1</sup> Dekan FISIP Universitas Baturaja, sedang Menempuh Studi di MIP FISIP UNILA

tujuan-tujuan itu, “mesin jurnalistik” redaksi *OKU Ekspres* harus memiliki strategi-strategi khusus agar berita yang ditulis dan disajikan dalam surat kabar dapat menarik dan menjadi media kepercayaan khalayak.

### **Pengertian Strategi dan Jurnalistik**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, tahun 1990, strategi adalah rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran-sasaran khusus. Beberapa pakar mendefinisikan strategi sebagai suatu perhitungan mengenai rangkaian kebijaksanaan dan langkah-langkah pelaksanaan. Strategis juga suatu siasat dalam menjalankan suatu maksud atau tujuan tertentu atas prosedur yang mempunyai alternatif-alternatif pada berbagai langkah. Selain itu, strategi juga didefinisikan sebagai suatu cara yang diambil yang sifatnya mendasar dan fungsional dan akan digunakan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan dan berbagai sasarannya dengan selalu memperhitungkan kendala lingkungannya yang pasti akan dihadapi”.

Dari pengertian di atas dapat diartikan bahwa strategi adalah cara atau langkah yang mendasar dan menggunakan kecakapan serta sumber daya suatu organisasi. Namun, harus efektif dengan lingkungan dan memperlihatkan kendala atau pilihan yang diarahkan untuk mencapai tujuan organisasi. Pada hakekatnya, strategi adalah cara atau sistem yang digunakan suatu perusahaan untuk meraih tujuan yang telah direncanakan sebelumnya. Tegasnya, strategi dibuat berdasarkan suatu tujuan.

Dja'far Assegaf (1985), menjelaskan bahwa jurnalistik berasal dari kata *journal* atau *du jour* yang berarti hari, di mana segala berita atau warta sehari itu termuat dalam lembaran yang tercetak. Dewasa ini, jurnalistik dapat diartikan sebagai ilmu, proses, dan karya, seperti diungkapkan oleh J.B. Wahyudi (1996: 1) berikut ini:

- 1) Ilmu jurnalistik adalah salah satu ilmu terapan (*applied science*) dari ilmu komunikasi, yang mempelajari keterampilan seseorang dalam mencari, mengumpulkan, menyeleksi, dan mengolah informasi yang mengandung nilai berita menjadi karya jurnalistik, serta menyajikan kepada khalayak melalui massa periodik, baik cetak maupun elektronik;
- 2) Proses jurnalistik adalah setiap kegiatan mencari, mengumpulkan, menyeleksi, dan mengolah informasi yang mengandung nilai berita, serta menyajikan kepada khalayak melalui media massa, baik cetak maupun elektronik, dan;
- 3) Karya jurnalistik adalah uraian fakta dan pendapat yang mengandung nilai berita, dan penjelasan masalah hangat yang sudah disajikan kepada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik.

Sementara menurut Sudirman Tebba (2005:9), istilah “jurnalistik” berasal dari kata *journalistiek* dalam bahasa Belanda atau *journalism* dalam bahasa Inggris. Keduanya bersumber dari bahasa latin *diurnal* yang berarti harian atau setiap hari. Sedangkan Onong Uchjana Effendi (1981:102) mengatakan bahwa jurnalistik merupakan kegiatan pengolahan laporan harian yang menarik minat khalayak, mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat”. Sedangkan jurnalistik sendiri berarti kegiatan mengumpulkan bahan berita, mengolahnya sampai menyebarkan kepada khalayak. Singkatnya, dapat disimpulkan bahwa jurnalistik adalah kegiatan mengkomunikasikan peristiwa (informasi) kepada masyarakat melalui media massa.

### **Pengertian Surat kabar**

Dalam artian umum, surat kabar selalu disebut pers. Robert Mc Cormick (dalam Danan;1985,78) dalam sebuah kumpulan karangan berjudul "Wartawan Berbicara" menyebutkan bahwa surat kabar adalah sebuah lembaga yang dikembangkan oleh peradaban modern untuk menyiarkan berita sehari-hari, memajukan perdagangan dan

industri lewat advertensi yang disiarkan secara luas, memberikan informasi kepada publik, memimpin pendapat umum dan mengadakan pemeriksaan (koreksi) terhadap pemerintah yang tidak pernah dilakukan oleh konstitusi.

Sedangkan mengenai pengertian surat kabar harian dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Ketentuan Pokok Pers, disebutkan bahwa pengertian surat kabar harian adalah penerbitan setiap hari atau sekurang-kurangnya enam kali seminggu. Sedangkan Dja'far Assegaf (1991) menyatakan, *newspaper* (Inggris), adalah penerbitan yang berupa lembaran yang berisi berita-berita, karangan-karangan, dan iklan, yang dicetak dan terbit tetap atau periodik dan dijual untuk umum.

Terdapat beberapa ciri surat kabar menurut Frank Jefkins (1992:22), yaitu:

- 1) Publisitas (*publicity*) adalah penyebaran kepada publik atau khalayak. Khalayak adalah masyarakat umum yang mempunyai keinginan dan kepentingan berbeda-beda.
- 2) Periodisitas (*periodicity*) adalah suatu keteraturan terbitnya surat kabar.
- 3) Universalitas (*universality*) adalah ciri-ciri surat kabar yang ketiga, ialah kemestaan isinya aneka ragam dan dari seluruh dunia, serta kecepatan penyampaian laporan mengenai kegiatan di masyarakat kepada khalayak.
- 4) Aktualitas (*actuality*) adalah sebagai ciri terakhir surat kabar adalah mengenai berita yang disiarkannya.

Sedangkan terkait dengan isi, dalam surat kabar terdapat tiga isi pokok, yaitu:

- 1) Berita; yaitu uraian tentang peristiwa atau fakta dan pendapat, yang mengandung nilai berita, dan yang sudah disajikan melalui media massa periodik. Menurut Neal dan English hanya merupakan isyarat adanya berita, demikian pula dalam kalimat "The unusual is news" dan "What's the different is news". Dari beberapa pengertian di atas tadi, hanya pengertian yang disusun oleh Charnley tahun 1995 yang paling lengkap. Dari pengertian ini dapat diketahui bahwa berita atau news bukanlah peristiwa atau fakta dan pendapat, melainkan uraiannya yang sudah disajikan melalui media massa periodik (dalam J.B Wahyudi, 1996: 28).
- 2) Pendapat atau opini (*views*); yaitu pernyataan pikiran, yang biasanya tercermin dalam tajuk rencana atau pojok yang membawa pendapat daripada surat kabar itu.
- 3) Iklan; yaitu publikasi atau penyiaran yang berupa reklame, pemberitahuan atau pernyataan yang bersifat bukan berita (*news*) dengan menyewa suatu ruangan yang khusus disediakan untuk itu, dengan maksud memperkenalkan atau memberitahukan sesuatu melalui media massa.

Sementara fungsi surat kabar menurut Sam Abede Pareno (dalam Sudirman Tebba, 2005:7) adalah sebagai berikut:

- 1) Fungsi menyiarkan informasi; menyiarkan informasi merupakan fungsi surat kabar yang pertama dan utama. Pembaca yang berlangganan atau membeli surat kabar karena membutuhkan informasi mengenai berbagai hal peristiwa yang terjadi di muka bumi ini, gagasan atau pikiran orang lain, dan apa yang dikatakan orang lain.
- 2) Fungsi mendidik; maksudnya, surat kabar sebagai pendidikan massa. Di mana surat kabar memuat tulisan-tulisan yang mengandung, sehingga pembaca bertambah pengetahuannya.
- 3) Fungsi menghibur; hal-hal yang bersifat menghibur sering dimuat di surat kabar untuk mengimbangi berita-berita berat (*hard news*) dan artikel yang berbobot. Isi surat kabar yang bersifat hiburan bias berbentuk cerpen, cerita bersambung, pojok, dan karikatur. Pemuatan isi berita yang mengandung hiburan itu semata-mata untuk melembaskan ketegangan pikiran setelah pembaca dihidangi berita dan artikel berat.
- 4) Fungsi mempengaruhi; fungsi mempengaruhi ini menyebabkan pers memegang peranan penting dalam kehidupan bermasyarakat, maka tidak heran surat kabar pernah

dikritik oleh pembaca atau narasumber karena tidak sesuai dengan kenyataan di lapangan.

Keempat fungsi tersebut dalam surat kabar secara utuh, dalam arti harus dilaksanakan secara bersama-sama, tidak boleh mengutamakan satu atau dua fungsi tapi mengabaikan fungsi-fungsi lainnya.

Selain fungsi, surat kabar juga memiliki sifat khusus. Jika dibandingkan dengan media elektronik yang menyiarkan pemberitaan seperti radio dan televisi, ditinjau dari ilmu komunikasi sifat surat kabar adalah sebagai berikut :

- 1) Terekam; maksudnya bahwa berita-berita yang disiarkan oleh surat kabar tersusun dalam alenia, kalimat, dan kata-kata yang terdiri atas huruf-huruf, yang dicetak pada kertas. Dengan demikian, setiap peristiwa atau hal-hal yang diberitakan terekam sedemikian rupa sehingga dapat dibaca setiap saat dan dapat diulangkaji, bias dijadikan dokumentasi dan bias dipakai sebagai bukti untuk keperluan tertentu.
- 2) Menimbulkan perangkat mental secara aktif; karena berita surat kabar yang dikomunikasikan kepada khalayak menggunakan bahasa dengan huruf yang tercetak “mati” di atas kertas, maka untuk dapat mengerti maknanya pembaca harus menggunakan perangkat mentalnya secara aktif.
- 3) Pesan menyangkut kebutuhan komunikan; dalam proses komunikasi, pesan yang akan disampaikan kepada komunikan menyangkut teknik transmisinya agar mengenai sasarannya dan mencapai tujuannya. Sehubungan dengan itu, Wilbur Schramm, seorang ahli kenamaan dalam bidang komunikasi, dalam karyanya “*How Communication Work*” menyatakan sebagai berikut :
  - a) Pesan hendaknya dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
  - b) Pesan hendaknya menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran sehingga sama-sama dapat dimengerti.
  - c) Pesan hendaknya membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhannya itu.
  - d) Pesan hendaknya menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi, yang layak bagi situasi kelompok tempat sasaran berada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.
- 4) Efek sesuai dengan tujuan; efek yang diharapkan dari pembaca surat kabar bergantung pada tujuan si wartawan sebagai komunikator. Tujuan komunikasi melalui media surat kabar dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan.

### **Pengertian Kepercayaan dan Berita**

Pengertian kepercayaan menurut pendapat Warren Bennis, pakar kepemimpinan dari *Southern California Reliability* adalah hal yang dapat dipercaya dan konsisten. Sedangkan menurut Wikipedia Bahasa Melayu adalah kepercayaan yang secara umum bermaksud acuan akan benarnya terhadap perkara. Biasanya seseorang yang menaruh kepercayaan ke atas sesuatu perkara itu akan disertai oleh perasaan pasti terhadap perkara yang berkenan. (<http://ms.wikipedia.org/wiki/kepercayaan>).

Kepercayaan dalam konteks psikologi bermakna satu keadaan jiwa yang berkaitan dengan sikap dan berkedudukan-memihak (*proporsional attitude*). Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah bentuk keyakinan seseorang terhadap suatu hal kejadian dalam bentuk apapun, namun tidak dalam waktu yang singkat karena harus melalui beberapa proses. Begitu pula apresiasi atau respon masyarakat OKU dan sekitarnya terhadap *OKU Ekspres* yang memberikan kepercayaan untuk memilih surat kabar harian tersebut sebagai pilihan dalam mendapatkan informasi melalui media cetak.

Dalam konteks yang berlaku umum, berita diartikan sebagai informasi baru bagi masyarakat. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia karangan W.J.S.Poerwadarminta (1976:128), dijelaskan bahwa berita diartikan sebagai kabar atau warta. Adapun pengertian berita menurut Dja'far Assegaf (1991:24), adalah laporan tentang fakta atau ide yang terkini, yang dipilih staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena luarbiasa, pentingnya atau akibatnya, entah pula karena mencangkup segi human interest seperti rumor, emosi, dan ketegangan.

Sedangkan menyangkut konsep berita, Frank Luther Mott (dalam Onong, 2003:132-134), menyatakan bahwa paling sedikit ada delapan konsep berita. Konsep berita tersebut anatara lain;

- 1) Berita sebagai laporan tercepat (*news as timely report*); konsep ini menitikberatkan pada "segi baru terjadinya" (*newness*) sebagai faktor terpenting dari sebuah berita.
- 2) Berita sebagai rekaman (*news as record*); berita yang tercetak dalam surat kabar merupakan bahan dokumentasi. Sering menjadi catatan bersejarah yang sangat berharga.
- 3) Berita sebagai fakta objektif (*news as objective fact*); sebuah berita harus faktual dan objektif. Tetapi nilai objektif untuk suatu fakta merupakan hal yang membingungkan, karena tidaklah mungkin ada objektivitas yang mutlak.
- 4) Berita sebagai interpretasi (*news as interpretation*); dalam situasi yang kompleks yang menyangkut bidang politik, ekonomi atau ilmu pengetahuan, suatu fakta perlu dijelaskan agar pembaca mengerti. Mereka perlu diberi penjelasan mengenai sebab-sebab, latar belakang, akibat, situasi dan hubungannya. Ini adalah "berita di balik berita" (*news behind the news*). Untuk menggali dan menyajikannya diperlukan kepandaian dan kejujuran. Tetapi bahayanya dalam *interpretative reporting* seperti itu ialah timbulnya faktor prasangka (*prejudice*) terhadap suatu soal atau seseorang.
- 5) Berita sebagai sensasi (*news as sensation*); di sini terdapat unsur subjektif, yakni bahwa sesuatu yang mengejutkan (*shock*) dan yang menggetarkan atau mengharukan (*thrills*) bagi pembaca yang satu akan berlainan dengan pembaca yang lain.
- 6) Berita sebagai minat insani (*news as human interest*); di sini menariknya berita bukan karena pentingnya peristiwa yang dilaporkan, tetapi karena sifatnya menyentuh perasaan insani, menimbulkan perasaan iba, terharu, gembira, prihatin dan lain sebagainya.
- 7) Berita sebagai ramalan (*news as prediction*); wartawan cenderung untuk menaruh perhatian kepada masa depan, dari masa kini dan masa lalu. Sebabnya ialah karena minat pembaca terutama terletak pada masa depan.
- 8) Berita sebagai gambar (*news as picture*); gambar-gambar yang disajikan dalam surat kabar jumlahnya semakin banyak. Ilustrasi halaman surat kabar selain sifatnya semata-mata hiburan, juga mengandung nilai berita (*news value*).

Terkait dengan konsep berita yang kedelapan, dalam berita ada karakteristik intrinsik yang dikenal sebagai nilai berita (*news value*). Nilai berita ini yang menjadi ukuran yang berguna, atau yang biasa diterapkan, untuk menentukan layak berita (*newsworthy*). Seperti yang diungkapkan oleh Luwi Ishwara (2005:53), antara lain adalah :

- 1) Konflik; kebanyakan konflik adalah layak berita. Konflik fisik seperti perang atau perkelahian adalah layak berita karena biasanya ada kerugian atau korban. Kekerasan itu sendiri membangkitkan emosi dari yang menyaksikan dan mungkin ada kepentingan langsung.
- 2) Kemajuan dan bencana; dari konflik biasanya menyusul kemenangan suatu pihak dan kekalahan dari pihak lain. Dari perjuangan hidup yang rutin, yang umumnya tidak layak berita, sering muncul keberhasilan yang gemilang. Dari riset dan uji coba yang tenang lahir penemuan baru, pengobatan baru, alat-alat baru-progres. Demikian pula

- dengan kebakaran dan bencana alam seperti gempa, gunung meletus, banjir yang bisa terjadi tiba-tiba, dan sebagainya.
- 3) Konsekuensi; suatu peristiwa yang mengakibatkan atau bisa mengakibatkan timbulnya rangkaian peristiwa yang mempengaruhi banyak orang adalah jelas layak berita. Konsekuensi itu umumnya diterima sebagai nilai berita, dan menjadi ukuran pentingnya suatu berita. Karena semua peristiwa yang layak berita mempunyai konsekuensi.
  - 4) Kemahsyuran atau terkemuka; umumnya disetujui bahwa nama besar membuat berita, dan nama besar membuat berita lebih besar. Harus ada tindakan atau perbuatan agar nama itu, baik yang besar maupun yang kecil, bisa menjadi berita. Apa yang mereka lakukan atau katakan sering membuat berita karena ada konsekuensinya.
  - 5) Saat yang tepat dan kedekatan; kedua elemen itu sendiri tidak membuat sesuatu secara otomatis menjadi layak berita. Mereka lebih sebagai ukuran yang diterapkan pada semua peristiwa dalam membedakan berita dari yang bukan berita. Saat yang tepat (*timeliness*) dan kedekatan (*proximity*) ini adalah ukuran yang diterapkan pada berita untuk menentukan apakah layak dihimpun atau bisa dijual.
  - 6) Keganjilan; salah satu gagasan klise dari surat kabar tentang berita adalah apa yang dikemukakan John Bogart, editor kota koran *The Sun (NY)*: "Bila anjing menggigit orang, itu bukan berita, tetapi bila orang menggigit anjing itu berita".
  - 7) *Human Interest*; banyak cerita di surat kabar yang bila dilihat sepintas tidak seperti berita karena tidak memenuhi unsur-unsur konflik, konsekuensi, progres dan bencana, keganjilan atau nilai berita khusus lainnya. Cerita-cerita itu disebut *human interest*, seperti kisah seorang kakek berumur 70 tahun yang kembali ke sekolah menengah untuk mendapatkan ijazah, orang yang mengaku telah mengembangkan ramuan ajaib yang bisa menumbuhkan rambut, dan masih banyak lagi cerita menarik tentang manusia. Secara sederhana bisa dijelaskan bahwa nilai berita dari cerita-cerita demikian merupakan kombinasi dari berbagai unsur yang sudah disebutkan.
  - 8) Seks; item ini umumnya dipertimbangkan oleh para editor sebagai nilai berita. Hal ini akan terasa benar bila dihubungkan dengan orang-orang terkenal. Misalnya heboh kisah cinta Raja Edward VIII (1894-1972) dari Inggris, yang rela melepaskan tahta kerajaannya demi seorang janda, Wallis Warfield Simpson, yang dinikahinya.

Selanjutnya untuk memperkuat analisis dalam tulisan ini perlu juga diuraikan unsur, sumber, jenis, struktur dan anatomi berita. Menurut Dja'far Assegaf (1985:25), ada duabelas unsur berita yaitu; (1) Baru dan Termasa; unsur baru dan termasa merupakan unsur penting bagi sebuah berita. Berita baru yang masih hangat dan menarik perhatian pembaca, daripada berita yang sudah agak lama terjadinya atau berita yang sudah basi. (2) Jarak (dekat atau jauh); jarak suatu kejadian atau berita dengan tempat berita itu dipublikir mempunyai arti yang penting. Misalnya berita kejadian di Sumsel akan menarik perhatian warga Sumsel, dan belum tentu menarik perhatian di Medan. (3) Penting (termasa); berita yang disajikan menyangkut kepentingan orang banyak. (4) Keanehan (keluar biasa); suatu kejadian yang aneh dan luar biasa dan akan selalu menarik perhatian orang. (5) Akibat; peristiwa yang menimbulkan dampak atau akibat yang besar bagi masyarakat juga menentukan bernilai atau tidaknya sebuah berita.

Selanjutnya, (6) Ketegangan; salah satu dari unsur berita yang digunakan wartawan untuk tujuan memperbesar oplah (*circulation builder*) adalah dengan taktik menimbulkan ketegangan. (7) Pertentangan; pertentangan antara satu dengan yang lainnya selalu menarik perhatian pembaca. (8) Seks; seks sangat berperan dalam kehidupan manusia, sehingga berita-berita tentang seks selalu mendapat tempat di surat kabar, karena memiliki nilai berita dan menarik pembaca untuk membacanya. (9) Kemajuan; manusia sebagai makhluk

berpikir, selalu menginginkan kemajuan untuk menjadi yang lebih baik. (10) *Human Interest*; para wartawan menggunakan istilah human interest untuk berita-berita yang tidak mengandung unsur lain. Biasanya berita-berita yang termasuk dalam golongan *human interest* menghendaki keahlian menulisnya atau keahlian si wartawan untuk melukiskan, agar beritanya dapat menarik pembaca. (11) Emosi; manusia sebagai makhluk sangat dipengaruhi pula oleh emosi. Diantara emosi itu adalah simpati. Simpati yang ditimbulkan oleh sesuatu berita, selalu menarik perhatian pembaca. Dan, (12) Humor; humor merupakan unsur berita yang menarik untuk disajikan, satu berita atau tulisan reportase yang diselingi dengan rasa humor akan menarik pembaca, meskipun panjangnya sampai beberapa kolom.

Dari sumbernya, ada tiga sumber utama berita sebuah berita yaitu; (1) Pengamatan langsung wartawan; pengamatan langsung wartawan terhadap suatu peristiwa merupakan salah satu sumber bahan berita yang mampu menghasilkan data dan fakta. Data dari fakta suatu berita akan dijadikan berita dapat dikumpulkan sebanyak-banyaknya oleh wartawan dari pengamatan langsung. Walaupun wartawan langsung mengamati suatu kejadian, kadang kala wartawan juga bisa terjerumus pada data atau fakta yang tidak akurat. Hal ini disebabkan karena kurang telitinya wartawan melihat kejadian, atau mungkin kejadian cukup besar dan luas sehingga data dan fakta tidak diketahui secara keseluruhan.

Kemudian, (2) Informasi lisan; secara lisan dari orang yang memiliki keterkaitan langsung dengan peristiwa atau kejadian merupakan sumber untuk memperoleh data dan fakta secara lengkap. Wartawan perlu menanyakan data dan fakta yang diperlukan kepada orang yang memiliki keterkaitan langsung dengan peristiwa atau kejadian kepada orang yang mengetahui betul atau terlibat dalam peristiwa atau kejadian tersebut. (3) Informasi tertulis; informasi tertulis adalah sumber bahan berita yang akan melengkapi data dan fakta suatu kejadian. Informasi tertulis bisa berupa surat keputusan, surat tugas, data-data tertulis, siaran pers, surat penghargaan, dan sebagainya yang berkaitan dengan peristiwa. Informasi tertulis seperti ini biasanya dapat diperoleh dari orang-orang yang berwenang pada kejadian atau peristiwa tersebut.

Dari jenisnya, yang dikenal di dunia jurnalistik, menurut Asep Syamsul M. Romli (2003:11-12) antara lain adalah; (1) *Straight news*; merupakan berita langsung yang ditulis secara singkat dan lugas, sebagaimana berita utama (*headline*). Dalam membuat berita langsung (*straight news*) harus mengenal jenis-jenis produknya yaitu berupa; (a) *Matter of fact news*, hanya mengemukakan fakta utama yang terlibat dalam peristiwa itu saja. (b) *Action news*, hanya mengemukakan perbuatan, tindakan (kejadian) yang terlibat dalam peristiwa itu saja. Dengan kata lain, megisahkan jalannya peristiwa itu. (c) *Quote news*, hanya mengemukakan kutipan dari apa yang diucapkan oleh para tokoh yang terlibat dalam peristiwanya.

Selanjutnya, (2) *Depth news*; merupakan berita mendalam yang dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada dibawah suatu permukaan. (3) *Investigation news*; berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau pendididkan dari berbagai sumber. (4) *Interpretative news*; berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penilaian wartawan berdasarkan fakta yang ditemukan. Dan, (5) *Opinion news*; berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli atau pejabat, mengenai suatu hal peristiwa, dan sebagainya.

Dari sisi strukturnya, dalam kegiatan jurnalistik, terutama dalam dunia surat kabar, bentuk berita dapat dibedakan dalam empat bentuk, yakni; (1) Berita yang berbentuk piramida; berita yang berbentuk piramida dimaksudkan layaknya sebuah piramida yang berarti kokoh dari bawah dan semakin ke atas semakin runcing. Artinya, pada bagian atas yang kecil itu menunjukkan tidak banyak informasi yang penting, kemudian dilanjutkan pada bagian bawah yang melebar menunjukkan informasi-informasi yang semakin penting.

(2) Berita yang berbentuk piramida terbalik; adalah lawan dari berita berbentuk piramida tadi. Piramida tadi adalah bentuk berita yang paling umum digunakan para wartawan. Pada paragraf pertama adalah paragraf yang mengandung informasi yang paling penting dan berurut keparagraf paling bawah memuat informasi yang semakin kurang penting. (3) Dan, berita yang berbentuk paralel; bentuk ini dapat digambarkan dengan kotak yang sama besarnya dari atas sampai bawah. Kotak yang berbentuk paralel ini dapat diartikan bahwa mulai dari paragraf awal sampai akhir, sebuah berita yang hampir memiliki nilai informasi yang relatif sama pentingnya.

Sedangkan jika dilihat dari anatomi berita, maka akan ditemukan bagian-bagian penting yang harus ada dalam berita. Bagian-bagian penting dalam berita tersebut antara lain adalah; (1) Kepala berita (*head line*); kepala berita atau yang sering disebut *head line* adalah; (a) menarik perhatian. Dengan fungsi ini menjadikan kepala berita bertugas memamerkan berita, tinjauan dari isi atau kalimatnya ataupun ukuran dan bentuk huruf-hurufnya. (b) identitas berita. Kepala berita merupakan identitas dari masing-masing berita. Dengan demikian kepala berita sebagai pemisah atau pembeda antara berita yang satu dengan berita yang lain.

Menurut kepentingan berita, terdapat empat jenis *headline*, antara lain; *banner headline*. Dibuat dengan jenis dan ukuran huruf yang mencerminkan sifat gagah dan kuat, dalam arti hurufnya terbesar dan lebih tebal. *Spread headline*. Untuk berita penting, dibuat dengan tampak lebih kecil dibandingkan dengan *banner headline* tadi. *Secondary headline*. Untuk berita yang kurang penting, dibuat lebih kecil lagi dari *spread headline*. *Subordinated headline*. Untuk berita yang dianggap tidak penting. Kehadirannya kadang-kadang dibutuhkan untuk menutup tempat kosong pada halaman yang bersangkutan.

(2) Baris tanggal (*date line*); baris tanggal berfungsi sebagai petunjuk teman atau sebagai penanda sumber berita yang dimuat. *Date line* antara lain memuat tempat, waktu lokasi kejadian berita yang dimaksud. (3) Teras berita (*leads*); teras berita adalah tempat dimana wartawan atau surat kabar meringkas isi berita yang hendak disampaikan. Fungsi utama teras berita adalah membantu pembaca yang tidak memiliki banyak waktu untuk membaca seluruh isi berita, sehingga dengan membaca teras berita, pembaca dapat mengetahui dengan cepat inti dari berita. Dan, (4) Tubuh berita (*body news*); tubuh berita adalah tempat dimana berita menguraikan atau menceritakan secara terperinci dan sistematis peristiwa atau informasi yang hendak disampaikan kepada pembaca

### **Mengapa Strategi Diperlukan?**

Dalam suatu usaha, perencanaan sangatlah penting untuk menentukan apa yang harus dilakukan sebelumnya. Namun dalam melaksanakan suatu rencana itu dibutuhkan strategi yang tepat, agar semua yang telah direncanakan sesuai dengan apa yang diharapkan. Karena strategi sangatlah penting untuk menentukan berhasil tidaknya sebuah rencana. Menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam dunia jurnalistik, *OKU Ekspres* dituntut tanggap untuk menyadari sepenuhnya bahwa strategi sangatlah penting sebagai modal utama dalam menghadapi tantangan-tantangan yang ada di depan mata. Mendapatkan berita-berita yang aktual saat melakukan peliputan adalah hal yang utama, karena itulah yang saat ini diminati oleh masyarakat, sehingga masyarakat akan selalu tetap menanamkan kepercayaannya terhadap SKH *OKU Ekspres* sebagai surat kabar yang menyajikan berita-berita yang menarik dan aktual.

Untuk mendapatkan semua itu *OKU Ekspres* sebagai harian lokal pertama di *OKU* dan sekitarnya harus memperhatikan hal-hal yang berkaitan dalam memperoleh sumber berita dan bagaimana cara penyajian berita-berita yang baik yang akan dimuat di surat kabar. Dalam hal mendapatkan sumber berita yang diperoleh dari narasumber,

seorang wartawan harus bertumpu pada Kode Etik Jurnalistik yang harus ditaati dan dilaksanakan.

Adapun Kode Etik Jurnalistik yang harus diterapkan wartawan Indonesia adalah;

- 1) Wartawan Indonesia menempuh cara yang sopan dan terhormat untuk memperoleh bahan karya jurnalistik dan selalu menyatakan identitasnya kepada sumber berita;
- 2) Wartawan Indonesia dengan kesadaran sendiri secepatnya mencabut atau meralat setiap pemberitaan yang kemudian ternyata tidak akurat, dan memberi kesempatan hak jawab secara proporsional kepada sumber atau objek berita;
- 3) Wartawan Indonesia meneliti kebenaran bahan berita dan memperhatikan kredibilitas serta kompetensi sumber berita;
- 4) Wartawan Indonesia tidak melakukan tindakan plagiat, tidak mengutip karya jurnalistik tanpa menyebut sumbernya;
- 5) Wartawan Indonesia harus menyebutkan sumber berita, kecuali atas permintaan yang bersangkutan untuk tidak disebut nama dan identitasnya sepanjang menyangkut fakta dan data bukan opini. Apabila nama dan identitas sumber berita tidak disebutkan, segala tanggung jawab ada pada wartawan yang bersangkutan, dan;
- 6) Wartawan Indonesia menghormati ketentuan embargo, bahan latar belakang, dan tidak menyiarkan informasi yang oleh sumber berita tidak dimaksudkan sebagai bahan berita serta tidak menyiarkan keterangan *off the record*.

### **Menanamkan Kepercayaan Pembaca Terhadap Kualitas Berita**

Dalam menanamkan kepercayaan pembaca terhadap kualitas berita-berita yang disajikan, ada beberapa strategi yang dapat diadopsi oleh *OKU Ekspres* guna menghadirkan inovasi baru dalam menyajikan berita yang bernas dan aktual, agar pembaca tetap tertarik dengan berita yang disajikan. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diadopsi *OKU Ekspres* dalam menanamkan kepercayaan pembaca terhadap kualitas berita, yaitu; *Pertama*, menghadirkan berita-berita yang sesuai dengan standar jurnalistik. Maksudnya adalah semua staf redaksi baik itu Redaktur Pelaksana maupun wartawan, dalam menulis dan menyajikan berita harus sesuai dengan aturan-aturan penulisan jurnalistik yang selama ini menjadi pedoman bagi seluruh wartawan di Indonesia. Hal ini dilakukan agar dalam penulisan berita, wartawan tidak membuat kesalahan-kesalahan yang sangat signifikan.

*Kedua*, menghadirkan produk-produk turunan jurnalistik. Dalam menyajikan berita-berita yang aktual dan menarik tidak hanya menyajikan berita *spot* atau *straight news*, tetapi juga menghadirkan berita-berita lain yang tentunya tidak kalah menarik dengan berita *spot* dan *straight news*. *Ketiga*, menghadirkan atau mengungkap peristiwa yang disajikan dalam berita *spot*, yang secara teknis jurnalistik ini dicari melalui perencanaan atau pendalaman (*dept news* dan *follow up*). Dan keempat, tetap berpegang teguh pada prinsip-prinsip jurnalistik dan kode etik dalam menulis dan menyajikan berita.

Selain itu, untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas sumber daya manusia (SDM) wartawan dalam memproduksi berita-berita yang aktual dan menarik, Redaksi *OKU Ekspres* perlu juga secara rutin dan berkelanjutan mengirim wartawannya dalam pelatihan-pelatihan, *workshop* jurnalistik yang diharapkan dapat menambah pengetahuan si wartawan, baik secara teoritis, maupun secara teknis dan praktis.

Dalam menerapkan strateginya guna menanamkan kepercayaan publik terhadap *OKU Ekspres*, diharapkan tidak hanya menerapkan strategi-strategi yang bersifat normatif, tetapi juga penting melakukan inovasi dengan mencoba menerapkan strategi ideal guna memperkuat eksistensinya sebagai sebuah surat kabar harian.

Beberapa strategi ideal yang dapat dicoba oleh *OKU Ekspres*, misalnya, *pertama*, menampilkan berita-berita yang sedang menjadi perbincangan atau isu-isu yang berkembang di masyarakat. Berita yang publikasikan tidak hanya sekedar bersifat baru, akan tetapi ada sisi lebih yang menarik minat khalayak. *Kedua*, dalam memberitakan sebuah peristiwa harus diketahui *agenda setting*-nya, maksudnya adalah mereka harus mengetahui akan kemana arah berita tersebut, agar berita yang disajikan dapat dipahami dan diterima oleh publik. *Keempat*, *OKU Ekspres* menciptakan budaya diskusi. Diskusi di sini adalah diskusi internal yang melibatkan seluruh komponen redaksi dan diskusi eksternal yang diadakan oleh redaksi *OKU Ekspres* dengan mengundang para pakar yang terkait dengan masalah atau isu-isu yang sedang berkembang, namun yang bersifat netral. Hal ini dimaksudkan untuk meminta masukan atau pun opini dari pakar tersebut terhadap masalah yang terkait.

*Kelima*, proyeksi yang dilaksanakan oleh redaktur pelaksana, koordinator liputan ataupun redaktur rubrik/halaman dengan wartawan. Ini dimaksudkan sebagai langkah awal yang dilakukan wartawan sebelum terjun langsung ke lapangan. Proyeksi berisikan langkah dan perencanaan tentang berita yang hendak dicari/diliput oleh wartawan *OKU Ekspres*. Dalam proyeksi ini redaktur pelaksana beserta korlip dan redaktur rubrik serta wartawan mendiskusikan berita-berita yang akan terbit besok, dan mendiskusikan berita-berita apa saja yang akan di *follow up* atau dibahas lebih lanjut. Dan, *keenam*, untuk menanamkan kepercayaan kepada pembaca, *OKU Ekspres* hendaknya dapat menyediakan *rubrik surat pembaca* dan juga *rubrik opini* secara efektif. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan timbal balik dari pembaca/khalayak kepada *OKU Ekspres* dan sebaliknya, dari *OKU Ekspres* kepada pembaca.

## Penutup

Berdasarkan uraian hasil pengamatan yang dilakukan terhadap *OKU Ekspres*, mengenai strategi jurnalistik yang digunakan *OKU Ekspres* dalam menanamkan kepercayaan pembaca terhadap kualitas berita, maka dapat ditarik beberapa simpul hasil pemikiran yang mungkin saja dapat dijadikan dan masukan berharga bagi *Redaksi Harian OKU Ekspres*.

Simpul pemikiran tersebut antara lain adalah, *pertama*, dalam menanamkan kepercayaan pembaca terhadap kualitas berita, *OKU Ekspres* diharapkan tidak hanya menggunakan strategi-strategi yang bersifat normatif saja, tetapi juga menggunakan strategi idealnya sebuah surat kabar, seperti pengelola pers harus mengetahui kemana agenda *setting*-nya, sering mengundang pakar untuk mengadakan diskusi, mengadakan proyeksi untuk membahas kembali berita-berita serta selalu menghadirkan rubrik opini dan juga surat pembaca sebagai timbal balik antara *OKU Ekspres* dengan publik.

*Kedua*, dalam menyajikan berita redaksi *OKU Ekspres* hendaknya selalu memperhatikan hal-hal penting yang berkaitan dengan penyajian berita yang akan dimuat. Untuk itu wartawan *OKU Ekspres* mesti selalu bertumpu pada *Kode Etik Jurnalistik* yang selama ini menjadi pegangan bagi seluruh wartawan. *Ketiga*, potensi SDM yang dimiliki *OKU Ekspres* adalah salah satu hal penting yang patut diperhatikan dalam membangun kepercayaan masyarakat, karena wartawan *OKU Ekspres* diharuskan mampu mempertanggungjawabkan apa yang sudah dipercayakan institusinya.

Untuk mencapai semua tujuan dan harapan tersebut, segenap awak *OKU Ekspres* mesti bekerjasama dengan semua pihak, secara internal pasti. Secara eksternal juga sangat diperlukan. Dalam konteks kerjasama eksternal, tujuan akhirnya tentu saja membangun citra, memperkuat kepercayaan publik terhadap *OKU Ekspres* sebagai harian

lokal pertama di Kabupaten OKU dan sekitarnya. Singkatnya, *OKU Ekspres* ada di tengah-tengah masyarakat OKU untuk mengawal perubahan ke arah yang lebih baik.

### Daftar Pustaka

- Assegaf, Dja'far. 1985. *Jurnalistik Masa Kini*. Jakarta: Balai Aksara.
- Danan, Djadja. 1985. *Peranan Humas dalam Perusahaan*. Bandung: Alumni.
- Effendy, Onong Uchana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- . 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ermanto, M. 2005. *Menjadi Wartawan Handal dan Profesional*. Yogyakarta: Cinta Pena.
- Ishwara, Luwi. 2005. *Catatan-Catatan Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Buku Kompas.
- Kustadi, Suhandang. 2004. *Pengantar Jurnalistik*. Bandung: Nuansa.
- M. Romli, Asep Syamsul. 2003. *Jurnalistik Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Roslan, Rusady. 1998. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Tebba, Sudirman. 1995. *Jurnalistik Baru*. Jakarta: Kalam Indonesia. Ciptat.
- Wahyudi, J.B. 1996. *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

<http://ms.wikipedia.org/wiki/kepercayaan>/20 Juni 2007/12.00 wib